

REKABET KURULU'NUN MESAJI ÇOK NET VERİLERİ BİRLEŞTİRME!

FACEBOOK gibi hakim durumdaki platformlar, bir taraftan hizmetlerini kullanıcılara genellikle ücretsiz sunarken, diğer taraftan reklam verenlere reklamların ilişkilendirilmesini destekleyen veriler sağlayarak para kazanmaya çalışmaktadır.



Tuğçe Sayer
RK Daire Başkanı



Rekabet Kurulu Meta (Facebook) ve WhatsApp hakkında yürütmekte olduğu soruşturmayı tamamladı. Veri kaynaklı rekabet ihlalleri bakımından bir dönüm noktası niteliğindeki 26.10.2022 tarihli karara ilişkin olarak Kurum internet sayfasında yapılan duyuruya göre; Kurul, FACEBOOK ekonomik bütünlüğünün Facebook, Instagram ve WhatsApp hizmetlerinden topladığı verileri birleştirmek suretiyle kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri ile çevrim içi görüntülü reklamcılık pazarlarında faaliyet gösteren rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırmak ve pazara giriş engeli yaratmak suretiyle rekabetin bozulmasına yol açarak hakim durumunu kötüye kullandığına karar verdi ve şirkete idari para cezası uyguladı.

Facebook WhatsApp verilerini kullanmak istedi

Gelin bu kararın detaylarını mercek altına almadan önce, yaklaşık iki sene öncesine gidelim. Hatırlanacağı üzere, o dönemde cep telefonlarımıza WhatsApp kullanmaya devam

edebilmemiz için WhatsApp verilerinin Facebook şirketleri ile paylaşılmasına onay vermemiz gerektiği, aksi halde 8 Şubat 2021'den itibaren WhatsApp'ı kullanamayacağımıza yönelik uyarılar gelmeye başlamıştı. Söz konusu güncelleme, daha fazla verinin Facebook tarafından toplanmasını, işlenmesini ve kullanılmasını içeriyordu. Kullanıcıların akıllarında "WhatsApp bizden istediği verilerle ne yapacak" sorusu dolaşırken Rekabet Kurulu duruma hızlı bir şekilde müdahale ederek kamuoyunda çok ses getiren bir geçici tedbir kararına imza atmıştı. Rekabet Kurumu, 11.01.2021 tarihli duyurusunda; Facebook ve WhatsApp hakkında resen soruşturma başlatıldığını ve WhatsApp verilerinin Facebook şirketleri ile paylaşılması zorunluluğunun durdurulduğunu duyurmuştu.

Facebook piyasanın hakimi

Gelinen aşamada ihlal kararı ile birlikte FACEBOOK, Facebook, Instagram ve WhatsApp hizmetlerinden elde ettiği verileri birleştiremeyeceği mesajını net bir şekilde

almış oldu. Peki bu karar Facebook, Instagram ve WhatsApp kullanıcıları için ne ifade ediyor? Kısa kararın detaylarına bakacak olursak karara ilişkin duyurudan, FACEBOOK'un eylemlerinin değerlendirilebilmesi amacıyla; (i) kişisel amaçlı sosyal ağ hizmetleri pazarı (ii) tüketici iletişim hizmetleri pazarı ve (iii) çevrim içi görüntülü reklamcılık hizmetleri pazarı olmak üzere üç farklı pazar tanımlı yapıldığı ve her üç pazarda da FACEBOOK'un hâkim durumda olduğunun tespit edildiği anlaşılmaktadır. FACEBOOK sosyal ağ hizmetlerini Facebook ve Instagram; tüketici iletişim hizmetlerini ise Facebook Messenger ve WhatsApp platformları üzerinden sunmaktadır. Bunun yanı sıra FACEBOOK; Facebook, Instagram ve Messenger hizmetleri üzerinden çevrim içi reklamcılık hizmetleri de sunmakta ve bu hizmetler vasıtasıyla gelir elde etmektedir. FACEBOOK'un; Facebook, Instagram ve WhatsApp üzerinden özellikle kullanıcıların kullanım alışkanlıkları ve gönderilerinde yer alan içeriklere ilişkin topladığı veriler, çevrim içi reklamcılık pazarı bakımından kritik bir girdi niteliğindedir.

Rakipler için giriş engelleri yaratılabilir

FACEBOOK gibi hâkim durumdaki platformlar, bir taraftan hizmetlerini kullanıcılara genellikle ücretsiz sunarken, diğer taraftan reklam verenlere reklamların ilişkilendirilmesini destekleyen veriler sağlayarak para kazanmaya çalışmaktadır. Ne kadar çok veri toplayıp analiz edebilirlerse, o kadar çok yönlü kullanıcı profiline sahip olabilmekte ve o kadar iyi ürünler ve reklamlar sunabilmektedir. Dolayısıyla veriyi toplayan ve toplulaştıran bu firmalar, pazardaki konumlarını güçlendirerek rakiplerine göre rekabetçi avantaj sağlayabilmekte ve rakipler için pazara giriş engelleri yaratabilmektedir. FACEBOOK'a ilişkin yukarıda anılan Kurul kararında yer verilen ihlale ilişkin tespitlerin gerekçelerini kararın yayımlanmasından sonra öğreneceğiz. Ancak kullanıcılar bakımından şunu söyleyebiliriz ki artık FACEBOOK, WhatsApp'tan topladığı verileri Instagram üzerinden yürüttüğü hedefli reklamcılık faaliyetleri çerçevesinde kullanamayacak.

Facebook artık Rekabet Kurulu'nun takibine girdi

Kararın dikkat çekici diğer bir yanı ise FACEBOOK'un, gerekçeli karardan itibaren bir ay içinde ihlalin sona erdirilmesi ve rekabetin tesisi için yapılması gereken tedbirleri içeren çözüm önerisini Kuruma sunacak ve bunları altı ay

içinde yerine getirecek olması. Ayrıca FACEBOOK'un beş yıllık süre boyunca ve yılda bir periyodik olarak Kuruma rapor sunması gerekecek. Dolayısıyla FACEBOOK'un, daha uzun süre, Rekabet Kurulu'nun takibinde olacağını söyleyebiliriz.

Facebook'un Almanya ve İngiltere'de de başı dertte

Veriye dayalı ihlaller bakımından dünyada da çeşitli otoriteler tarafından yürütülen incelemelerin ve yasa çalışmalarının hız kazandığını görüyoruz. Bilindiği üzere, FACEBOOK ile ilgili olarak ülkemizdekine benzer bir süreci Almanya da tecrübe etmişti. Alman Rekabet Otoritesi Bundeskartellamt, 2019'un başlarında, rekabet endişeleri nedeniyle FACEBOOK'un farklı kaynaklardan gelen kullanıcı verilerini kullanıcıların "gönüllü rızası" olmadan birleştirmemesi yönünde kısıtlama

getirmişti. Ancak, bu kararla ilgili olarak FACEBOOK ile olan hukuki ihtilaf mahkemelerde halen derdest. Almanya bununla da kalmayıp Meta'yı "pazarlar arası rekabet için olağanüstü önemli teşebbüs" olarak tanımladı. Okurların "hâkim durumdaki firma kavramını biliyoruz bir de olağanüstü önemli teşebbüs kavramı mı geldi?" dediklerini duyar gibiyim. Evet! Avrupa Birliği'nde Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan Digital Markets Act yürürlüğe girmeden çok önce, 2021'nin başlarında, Alman yasa koyucu, Alman Rekabet Kanununa 19a maddesini ekleyerek kötüye kullanımlara ilişkin kontrol araç setini genişletmişti. Şimdi bu araç setini Meta'ya uygulayabilecek ve çeşitli yükümlülükleri öncül olarak getirebilecek. Bu gelişmeler bir başka yazının konusu olabilir.

Konuyu fazla dağıtmadan son olarak belirtelim ki Avrupa Komisyonu da Haziran 2021'de Meta'nın sosyal ağ platformundaki reklam faaliyetleri kapsamında özellikle reklam verenlerden topladığı verileri, Facebook Marketplace'i rakiplerine karşı avantajlı hale getirmek için kullanıp kullanmadığını inceleyeceği bir soruşturma başlattı. Yine Birleşik Krallık Rekabet Otoritesi (CMA) de Haziran 2021'de başlattığı soruşturma ile Facebook'un reklam verilerinin toplanması ve kullanılması yoluyla kendi hizmetlerini, özellikle Facebook Marketplace ve Facebook Dating hizmetlerini rakiplerine karşı avantajlı hale getirip getirmediğini araştırıyor. Dolayısıyla dijital pazarın en büyük oyuncularından olan Facebook, dünyada da veri ile ilgili soruşturmalara bir süre daha muhatap olacak gibi gözüküyor.



Ne kadar çok veri toplayıp analiz edebilirlerse, o kadar çok yönlü kullanıcı profiline sahip olabilmekte ve o kadar iyi ürünler ve reklamlar sunabilmektedirler.